

Le marché du tourisme russe 2008-2009

Taille du marché en France

Page 1

- 26 millions de Russes partis à l'étranger en 2005
- Plus de 600 000 arrivées russes enregistrées en France en 2008
- Séjour d'une semaine en moyenne
- 1,6 millions de nuitées en hôtellerie en 2008

Les caractéristiques des séjours réalisés en France

Les séjours russes en France en 2006 ont été principalement réalisés par des couples accompagnés ou non d'amis. Ils ont le plus souvent eu lieu durant l'été ou à la période du nouvel an et ont duré une semaine environ. La grande majorité des séjours sont réservés par le biais d'agences de voyages ou de tours opérateurs et se déroulent dans les hôtels haut de gamme, 3 étoiles minimum, à proximité du centre ville. Pour la clientèle russe, la France dispose d'un patrimoine

culturel important, c'est aussi une destination à la mode, avec une image romantique, et un certain art de vivre. D'ailleurs, les principaux types de séjours réalisés en France sont des circuits de villes et monuments, vins et gastronomie, luxe et shopping, ou des séjours de remise en forme, de ski en Rhône-Alpes (l'hiver) ou encore de découverte des régions, grâce aux lignes de vacances charter Nantes-Moscou et Dijon-Moscou par exemple. Les principales faiblesses

de la destination France sont d'une part les prix pratiqués, perçus comme trop élevés, et d'autre part le manque d'informations sur la destination notamment en dehors de Paris. La barrière de la langue peut aussi constituer une faiblesse pour l'attractivité, ainsi que le manque de services gratuits associés aux prestations.

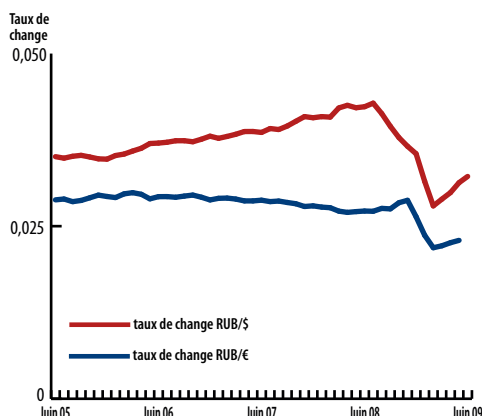
Source : Maison de la France - Mode d'emploi du marché touristique russe 2006

Contexte économique 2008

La croissance économique de la Russie et la stabilité politique du pays étaient assurées en grande partie par les prix élevés du pétrole. Excédents budgétaires, réserves importantes d'or et de devises, monnaie stable, dette publique réduite n'ont pas suffi toutefois à empêcher la Russie d'entrer dans la crise financière internationale. La bourse a chuté de 75% en quelques mois, et les conséquences sont nombreuses : projets d'investissements arrêtés, salaires impayés, licenciements, croissance ralentie, dévaluation de la monnaie... Le BTP, un des secteurs moteur de la croissance est fortement touché.

Source : « BILAN DU MONDE 2009 » Le Monde

Evolution du taux de change 2005-2009



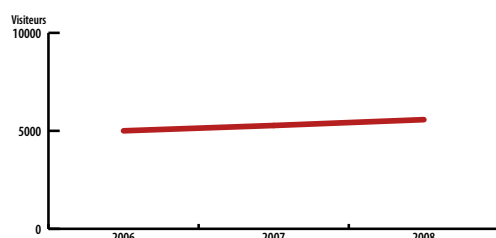
Destinations des touristes russes à l'étranger en 2003 (pas d'informations plus récentes)

Destinations en 2003	
Turquie	23%
Chine	15%
Pologne	9%
Egypte	8%
Finlande	7%
Allemagne	6%
Espagne	4%
Emirats Arabes Unis	3%
Italie	3%
France	2%
Chypre	2%
Grèce	2%
Bulgarie	2%
Royaume-Uni	1%

Intentions de séjours des Russes dans les 3 prochaines années (interrogations en 2003)

Intentions de séjours dans les 3 prochaines années	
France	33%
Italie	27%
Espagne	21%
Europe de l'Est	15%
Royaume-Uni	13%
Allemagne	12%
Europe du Nord	11%
Autriche	6%
Hollande	5%
Turquie	5%
Suisse	4%
Portugal	3%
Autres	3%

Évolution annuelle du nombre de visiteurs russes de 2006 à 2008 du site internet : www.tourismebretagne.com



Et pour le tourisme.... ?

La situation économique difficile va conduire à une baisse du pouvoir d'achat des classes moyennes, ainsi qu'à un ralentissement des séjours d'affaires. Toutefois, les clientèles haut de gamme, moins affectées, risquent de maintenir leur taux de départ.

Les chiffres clés 2008 et avant

Population globale :	140 millions d'habitants
PIB/habitant :	14 600 \$US/habitant
Densité de population :	8,3 habitants/km ²
Taux de population urbaine :	73,0%
Taux de départ en vacances :	6%
% de longs séjours à l'étranger (plus de 4 nuits) :	%
Taux de croissance du PIB réel :	5,6%
Inflation :	14,0%
Taux de chômage :	6,2%

Sources : Eurostat - OCDE - www.statistiques-mondiales.com

La France, fortement en concurrence avec l'Espagne et l'Italie, reste très prisée des touristes russes...

- 14 000 nuitées russes en Bretagne en 2008, soit 1,2% des nuitées étrangères en Bretagne en hôtellerie
- Part de marché de la Bretagne : 0,9% des nuitées russes en France en hôtellerie
- +1,0% de nuitées russes en hôtellerie en Bretagne entre 2007 et 2008, contre +23% en France en hôtellerie
- Plus de la moitié des nuitées réalisées en hôtellerie 3 et 4 étoiles
- Plus de 3/5 des nuitées sur l'espace urbain de la région

Le marché du tourisme russe 2008-2009

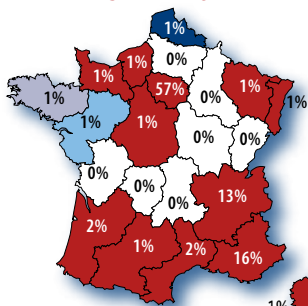
Comportement de vacances des Russes en France

Les périodes de vacances les plus populaires sont le Nouvel An et le Noël orthodoxe (nuit du 6 au 7 janvier), puis les mois de juillet et août. Les vacances scolaires ont lieu de fin décembre à début janvier, puis fin mars, début mai (environ du 1 au 10) ainsi que durant les mois d'été (juin, juillet et août) et la première semaine de novembre. La période de Noël et du Nouvel An comptabilise 30% des voyages à l'étranger des Russes. Le reste de la saison d'hiver se monte à 11%, c'est la saison de prédilection de la clientèle russe. La saison d'été représente 26% des voyages, essentiellement réalisés au cours des mois de juillet et août.

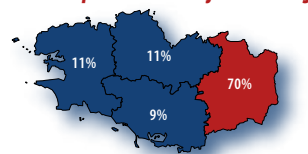
Source : Maison de la France – Mode d'emploi du marché touristique russe 2006

Répartition des nuitées russes en hôtellerie en 2008

selon les régions de séjour en France



selon les départements de séjour en Bretagne



Légende des cartes

Evolution des nuitées 2008 par rapport à 2007

- >10% (rouge)
- >5% et ≤10% (orange)
- >2% et ≤5% (jaune)
- >2% et ≤5% (bleu clair)
- >10% et ≤5% (bleu foncé)
- non significatif (gris)
- ≤-2% et ≤2% (gris clair)
- ≤-5% et ≤-2% (gris foncé)
- ≤-10% (bleu très foncé)

XX% Répartition des nuitées russes en hôtellerie en 2008 en France et en Bretagne

Activités pratiquées par les touristes russes lors d'un séjour en France en 2006

Activités	
Culture / patrimoine	37%
Villes	34%
Littoral	8%
Sports d'hiver	7%
Shopping	6%
Festivals / événements	3%
Tours spécialisés	2%
Spa / thalassothérapie	2%
Voyages linguistiques	1%

Source : Maison de la France – Mode d'emploi du marché touristique russe 2006

Habitudes alimentaires et comportements de vie

Petit-déjeuner (7h-9h) : café ou thé, yaourts, petits sandwichs.

Déjeuner (13h-15h) : une boisson fraîche, une salade de légumes, une soupe, un plat chaud, un thé et un dessert.

Dîner (19h-21h) : un plat chaud.

Boisson : thé (boisson préférée)

En venant en France, les Russes s'attendent à recevoir un accueil chaleureux et convivial. Ils sont particulièrement sensibles à quelques mots de bienvenue dans leur langue et apprécient de trouver des dépliants ou plans de villes en russe. Ils attachent aussi une grande importance à la qualité du service.

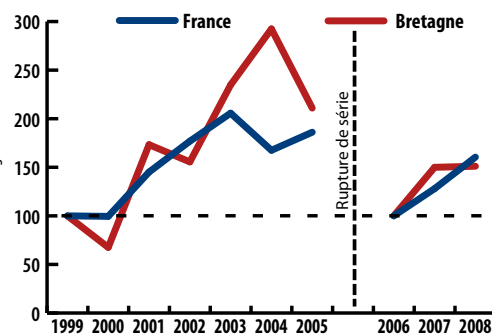
La stratégie du CRT Bretagne

Le CRT, en collaboration avec les CRT du Grand Ouest, a mené pendant 10 ans des actions de promotion commerciale sur ce marché. La Bretagne avait alors de son côté mis en place une antenne à Moscou chargée de développer la programmation chez les TO. En 2007 et 2008, l'un des plus importants Tours Operators russes a mis en place un charter sur une ligne directe saisonnière, Moscou-Nantes avec proposition de circuits découverte pour individuels dans l'Ouest. En 2009 et 2010, en raison de la crise qui a touché ce marché, mais aussi de la nouvelle stratégie du CRT, ce marché n'a pas été retenu dans le plan d'action.

Tendance : la thalasso et les hôtels 4* sont les principales demandes sur ce marché.

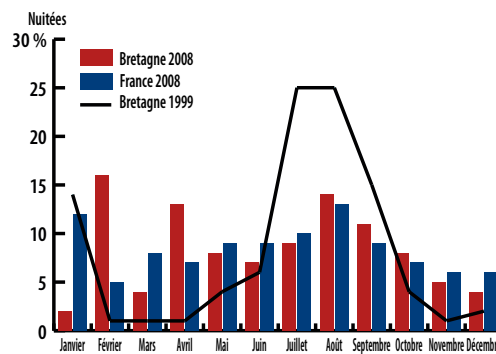
Les Russes en hôtellerie en 2008

Evolution des nuitées hôtelières russes en Bretagne et en France (base 100 en 1999 et en 2006)



Avec un peu plus de 1,6 millions de nuitées réalisées en France en hôtellerie, la Russie constitue la 10^{ème} clientèle étrangère de ce mode d'hébergement en 2008. L'Île de France est la principale destination des séjours (57% des nuitées) suivie de PACA et de Rhône-Alpes. La Bretagne, n'accueillant que 1% des nuitées russes de l'hôtellerie n'arrive qu'au 9^{ème} rang des destinations privilégiées, avec 14 000 nuitées environ. Les évolutions importantes de la fréquentation

Répartition mensuelle des nuitées hôtelières russes en Bretagne et en France en 2008



de saisonnalité, on voit cette clientèle dans la région l'été, mais aussi en début d'année, leur fréquentation est plus étalée qu'en 1999 et se trouve proche de la répartition mensuelle nationale.

Une clientèle haut de gamme encore faible en Bretagne...

